



**RÉSULTATS AUDIENCES PRESSE ACPM
ONE NEXT - 1^{ERS} RÉSULTATS 2019**

366
#COMMUNITIES

ÉTUDE ACPM ONE NEXT

AVERTISSEMENT

366
#COMMUNITIES

Ces résultats ont été obtenus par fusion des 12.000 interviews de l'étude ONE Next administrées entre mars et juillet 2019 et les panélistes de l'étude Internet Global de Médiamétrie du mois de juin 2019.

Le caractère innovant de la technique de fusion amène l'ACPM à demander aux utilisateurs de ces données de ne pas les comparer avec des audiences préalablement publiées.



ONE NEXT RÉSULTATS 2019

FOCUS BRAND PQR66
LES INSIGHTS À RETENIR

42,381 M DE FRANÇAIS

lisent la PQR **CHAQUE MOIS**, sur l'ensemble
des supports (print, web, mobile et
tablette), soit 80,4% de la population



366

#COMMUNITIES

PQR66 BRAND LEADER AVEC 8 FRANÇAIS SUR 10 TOUCHÉS

PRÈS DE 42,4 MILLIONS
DE LECTEURS - 30 JOURS
POUR LA PQR SOIT 80%
DES FRANÇAIS TOUCHÉS :
UN **LEADERSHIP**
INCONTESTABLE.

366
#COMMUNITIES

BRAND - 30 JOURS	ONE NEXT 2019	
ENSEMBLE	MILLIERS	% COUVERTURE
PQR 66	42 381	80,4
Le Figaro	24 644	46,8
20 Minutes	22 834	43,3
Le Parisien Aujourd'hui en France	21 964	41,7
Le Monde	21 773	41,3
PHR	20 134	38,2
Télé Loisirs	19 978	37,9
Femme Actuelle	19 246	36,5
L'Equipe	18 899	35,9
Marmiton	18 266	34,7
Paris Match	13 480	25,6
Voici	12 843	24,4
Télé 7 Jours	11 738	22,3
Gala	11 252	21,3
L'Express	11 132	21,1
L'Obs	10 980	20,8
Elle	10 471	19,9
Le Point	10 155	19,3
Libération	8 815	16,7
Closer	8 564	16,2

RAPPEL ONE GLOBAL 2018 V3*

41,169 MILLIONS DE LECTEURS -30J
SOIT 78,1% DE COUVERTURE

UNE COMPLÉMENTARITÉ DE PROFILS ENTRE LES DIFFÉRENTS SUPPORTS

366
#COMMUNITIES

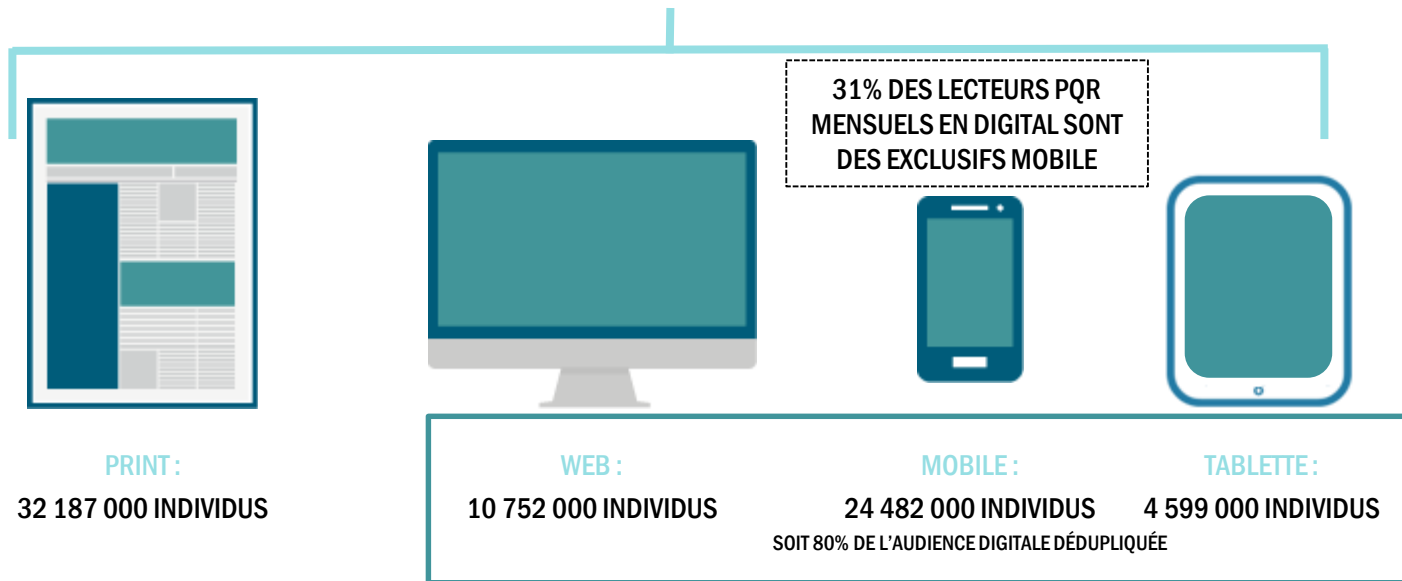
DES PROFILS PAR
DEVICE DIFFÉRENTS ET
COMPLÉMENTAIRES
POUR UNE BRAND AU
LECTORAT GLOBAL
MIXTE, PLUTÔT 35-49
ANS, CSP+, AGGLOS
+ 100 000 HAB.

	PQR 66									
	BRAND - 30 JOURS		PRINT - 30 JOURS		INTERNET - 30 JOURS		MOBILE - 30 JOURS		TABLETTE - 30 JOURS	
	% vertical	Indice	% vertical	Indice	% vertical	Indice	% vertical	Indice	% vertical	Indice
Homme	47,9	100	49,5	104	54,0	113	46,4	97	49,0	102
Femme	52,1	100	50,5	97	46,0	88	53,6	103	51,0	98
15 à 24 ans	11,8	84	11,0	78	5,2	37	13,9	99	3,7	26
25 à 34 ans	13,6	97	12,1	86	9,9	70	18,6	132	7,2	51
35 à 49 ans	24,9	107	23,0	99	31,6	136	30,2	130	33,3	143
50 à 64 ans	26,0	104	27,5	110	30,8	123	22,4	89	30,9	123
65 ans ou +	23,6	101	26,4	113	22,4	96	14,9	64	25,0	107
Agriculteurs	0,8	103	0,9	117	1,3	160	0,6	77	0,8	99
Petits patrons	3,1	102	2,9	96	4,0	132	3,5	117	2,5	82
Affaires et Cadres	9,9	102	8,7	90	14,1	145	11,2	115	12,8	131
Professions intermédiaires	14,3	105	13,8	102	18,4	136	16,6	122	16,6	123
Employés	15,6	105	15,6	104	14,4	96	18,3	122	16,9	113
Ouvriers	11,9	101	12,2	104	10,7	91	13,1	112	10,2	87
Retraités	25,4	102	28,7	115	24,5	98	16,7	67	27,3	110
Autres inactifs	19,0	89	17,2	81	12,7	59	19,9	93	13,0	61
CSP+	27,3	104	25,4	97	36,5	139	31,3	119	31,8	121
Communes rurales	24,9	107	27,1	116	26,1	112	24,1	103	24,6	106
Agglo. - 20 000 hab.	18,2	106	19,9	117	18,2	106	17,1	100	18,2	106
Agglo. 20 000 à 100 000 hab.	14,0	107	15,5	117	13,6	103	13,1	99	11,2	85
Agglo. + 100 000 hab.	30,8	103	31,6	106	28,3	95	31,3	105	31,4	105
Agglo. Paris	12,1	73	5,8	35	13,8	83	14,4	87	14,6	88
Urbains	42,9	92	37,5	81	42,1	91	45,7	98	46,0	99

PQR66 : UNE BRAND MULTI-CANALE DES LECTURES EN MOBILITÉ MAJORITAIRES

366
#COMMUNITIES

BRAND PQR66
42 381 000 INDIVIDUS



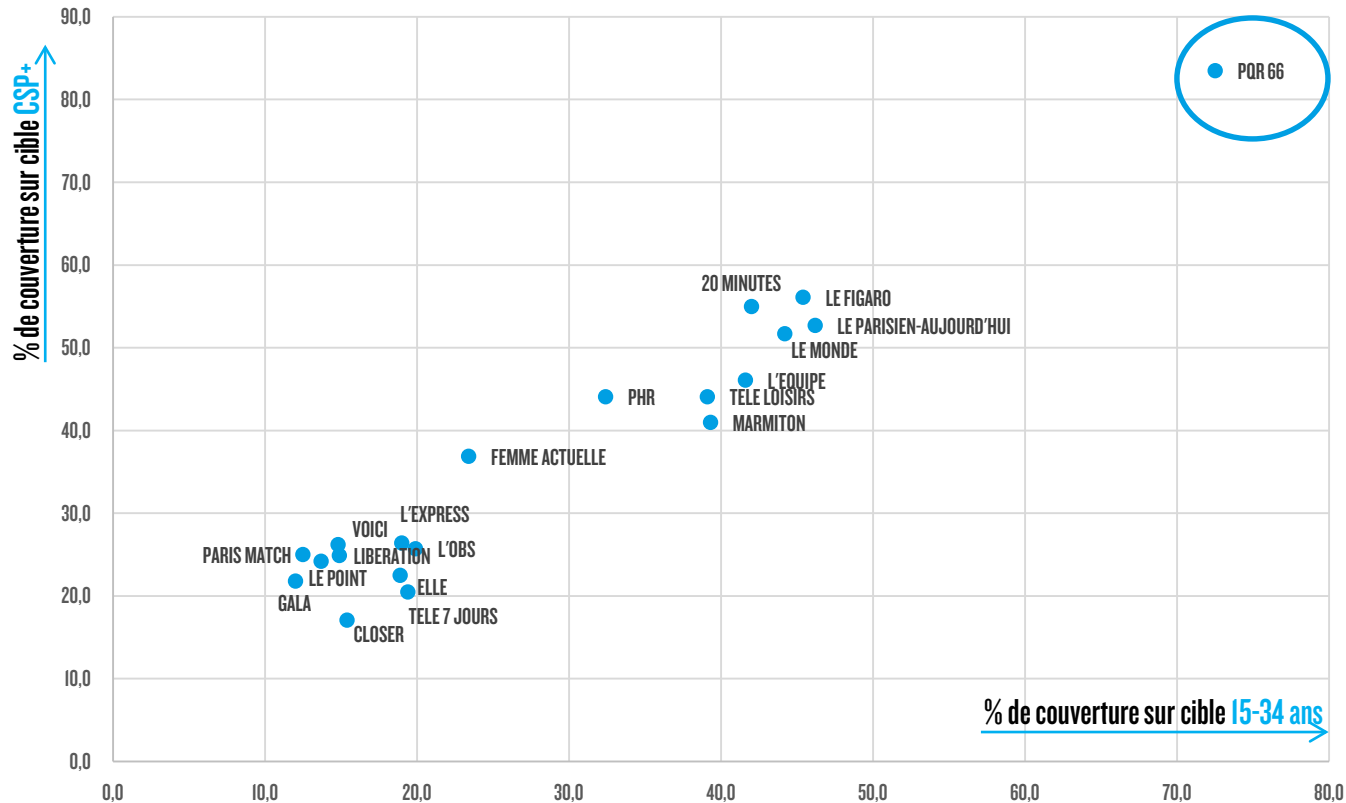
DONT DIGITAL
30 660 000 INDIVIDUS SOIT 72% DE L'AUDIENCE BRAND

PQR66 : UNE BRAND INFLUENTE

UNE PUISSANCE SUR CIBLE INÉGALÉE

366
#COMMUNITIES

72,5% DES < 35 ANS
TOUCHÉS PAR LA
BRAND PQR SUR LES
30 DERNIERS JOURS
ET 83,5% DES CSP+ :
LA PQR AU CŒUR DES
ENJEUX
STRATÉGIQUES DU
MARCHÉ





366
#COMMUNITIES